



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

7. Did you hear about Thai cooking course for tourists before you came to Thailand ?

Yes

No (Please go to question number 9)

8. How did you find out about Thai cooking schools?

- Local
- TV Radio Magazine
- Newspaper Billboard Friends / relatives
- Website / internet
- Other (please specify) _____
- International
- TV Radio Magazine
- Newspaper Billboard Friends / relatives
- Website / internet
- Other (please specify) _____

9. How many dishes do you wish to learn to cook in one cooking course:

1-2 dish(s)

3-4 dishes

5-6 dishes

more than 6 dishes

10. How much are you willing to pay for a Thai cooking course?

Less than 500฿

501-700฿

701-900฿

901-1,100฿

1,101-1,300฿

1,301-1,500฿

More than 1,500฿

11. How long should a Thai cooking course be?

Half-day

One-day

2-3 days

4-5 days

one-week

longer than one-week

12. What time do you prefer to take the class?

Before 11.00 AM

11.01 AM-2.00 PM

2.01-5.00 PM

5.01-7.00 PM

after 7.00 PM

13. How many times have you taken a Thai cooking course in the past?

- Never taken before 1-2 times 3-4 times
 5-6 times more than 6 times

14. How many other people will you enroll along with yourself in a cooking course?

- 1-2 persons 3-4 persons 5-6 persons
 more than 6 persons

15. What is your favorite Thai dish?

- Spicy Prawn Soup (Thom Yum Kung) Green Curry (Kaeng Kiew Warn) Thai Fried Noodle (Phad Thai)
 Spicy Herb Salad (Yum Samoonprai) Spicy Papaya Salad (Som Tum)
 Other (Please specify) _____

16. Reason(s) of taking this cooking course? _____

Part II : Marketing Mix Factors

17. Please rate the importance of each listed characteristic in selecting a Thai cooking school.

Please mark X in the appropriate space ;

Descriptions	Rate of Importance				
	1 Very Low	2 Low	3 Medium	4 High	5 Very High
Products & Services					
17.1 Variety of dishes that you can choose from.					
17.2 Number of dishes taught in each cooking course.					
17.3 Small school with family-atmosphere.					
17.4 Medium-to-large cooking school with professional & modern operation.					
17.5 The cooking school provides the recipe in many languages.					
17.6 The reputation of the cooking school.					

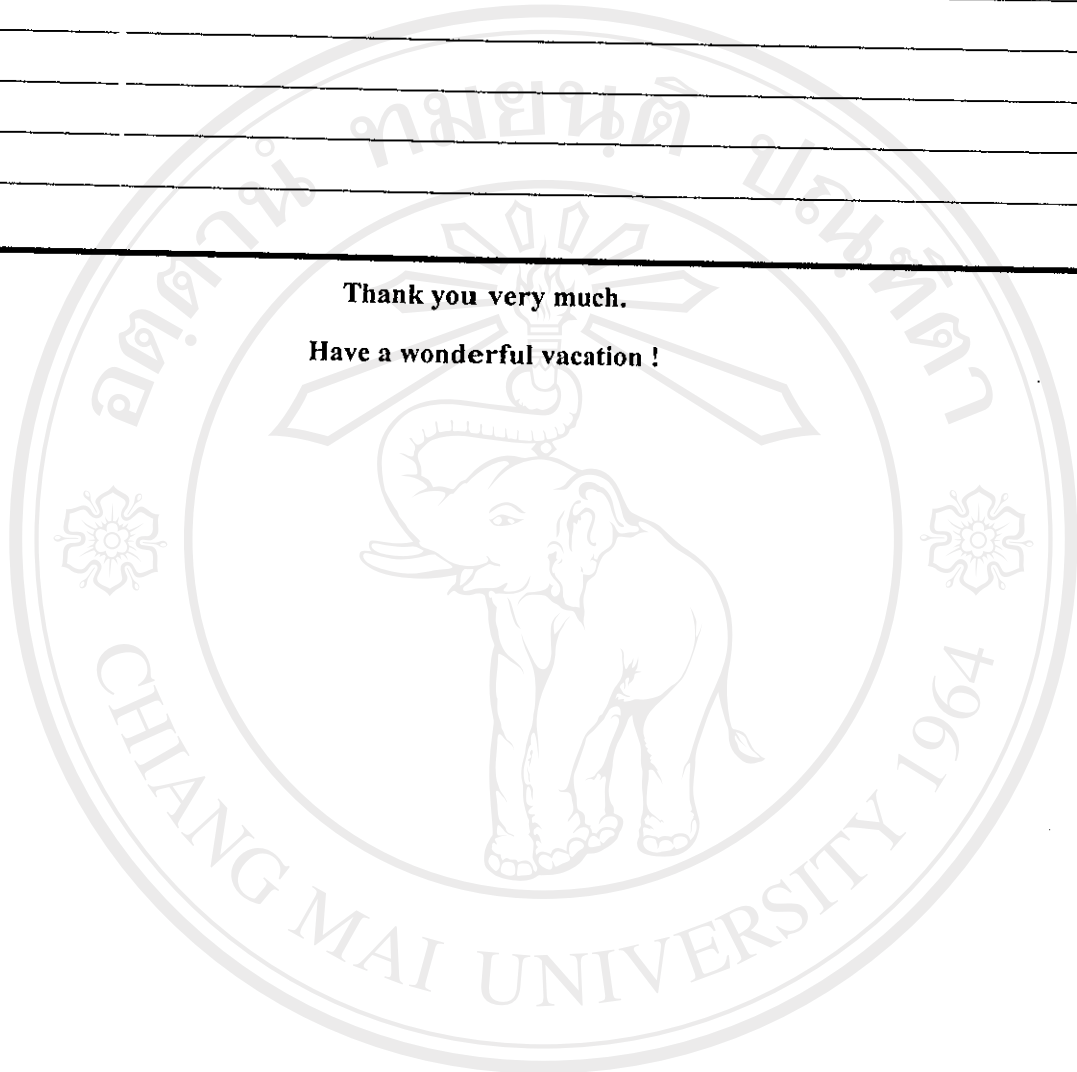
Descriptions	Rate of Importance				
	1	2	3	4	5
	Very Low	Low	Medium	High	Very High
17.7 The cooking school provides healthy food items.					
17.8 There are packaged cooking ingredients available at the cooking school.					
17.9 The cooking class is conducted in your native language.					
17.10 Innovativeness of the class.					
17.11 Other (please specify) _____					
Prices					
17.12 The fee compared to other cooking schools.					
17.13 Discount rate when taking more than one class.					
17.14 The fee is included in a tour package.					
17.15 The cooking school payment system.					
17.16 Other (please specify) _____					
Places					
17.17 The cooking school is located in Chiang Mai downtown.					
17.18 The cooking school is located in Chiang Mai suburbs.					
17.19 The cooking school provides convenient transportation.					
17.20 Able to make a reservation through tour agents (domestic / International).					
17.21 Able to make a reservation through internet / e-mail.					
17.22 Other (please specify) _____					
Promotions					
17.23 The cooking school's advertisement in local media.					
17.24 The cooking school's advertisement on the internet.					
17.25 The cooking school's advertisement in travel magazine / directory.					
17.26 Special package deal for tourist groups.					
17.27 Gifts and complimentary souvenirs (ex. apron, recipe, etc.)					
17.28 Complimentary lesson (ex. carving lesson)					
17.29 The cooking school brochure at tourist attractions.					
17.30 The cooking school is recommended by Tourism Authority of Thailand.					

Descriptions	Rate of Importance				
	1	2	3	4	5
	Very Low	Low	Medium	High	Very High
17.31 The cooking school offers food-tasting & cooking demonstration.					
17.32 Other (please specify) _____					
People					
17.33 Instructor's expertise.					
17.34 Instructor's communication skills.					
17.35 The service is prompt and the staffs are willing to help.					
17.36 The staffs are knowledgeable.					
17.37 The staffs are courteous.					
17.38 The staffs are reliable.					
17.39 The staffs are responsive to customer request.					
17.40 Other (please specify) _____					
Physical Evidence					
17.41 The class layout provides enough space and comfortable.					
17.42 Equipment in the cooking school is well maintained.					
17.43 Sign & logo of the cooking school is easily seen.					
17.44 Clean restroom.					
17.45 The cooking school has good ventilation system.					
17.46 The cleanliness of the cooking school.					
17.47 Safety preparedness in the cooking school.					
17.48 Other (please specify) _____					
Processes					
17.49 The length of the cooking class.					
17.50 Sequence of each cooking class.					
17.51 The cooking class schedule is appropriate.					
17.52 The cooking class starts on time.					
17.53 The cooking school arranges welcome drink or refreshment before the class.					
17.54 The cooking school telephone enquiry & reservation system.					
17.55 The cooking school provides convenience service process.					
17.56 Other (please specify) _____					

Part III : Comments & Suggestions to Cooking School Management to Help Improve Their Products & Services

Thank you very much.

Have a wonderful vacation !



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

แบบสอบถาม

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยว
ในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าแบบอิสระหัวข้อเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือเพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยว ในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษจะเป็นประโยชน์แก่ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารในการใช้เป็นแนวทางพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด

ขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาให้ข้อมูลในการกรอกแบบสอบถามนี้

นางสาวรุ่งกานต์ ชัยมงคล
นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ: ชาย หญิง
2. อายุ: 20 ปี หรือต่ำกว่า 21-30 ปี 31-40 ปี
 41-50 ปี 60 ปี หรือสูงกว่า
3. สถานภาพสมรส:
 โสด แต่งงาน หย่า
4. สัญชาติ: _____
5. ระยะเวลาที่พำนักในจังหวัดเชียงใหม่: _____
6. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน(รวมค่าที่พัก):
 น้อยกว่า 1,000 บาท 1,000-2,000 บาท 2,001-3,000 บาท
 3,001-4,000 บาท 4,001-5,000 บาท 5,001-6,000 บาท
 มากกว่า 6,000 บาท

7. คุณเคยรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร ก่อนมาถึงจังหวัดเชียงใหม่หรือไม่?

เคย

ไม่เคย (กรุณาข้ามไปตอบคำถามข้อ 9)

8. คุณได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารผ่านสื่อใด?

สื่อท้องถิ่น

โทรทัศน์

วิทยุ

นิตยสาร

หนังสือพิมพ์

ป้ายโฆษณา

เพื่อน /ญาติ

เว็บไซต์ / อินเทอร์เน็ต

อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

สื่อต่างประเทศ

โทรทัศน์

วิทยุ

นิตยสาร

หนังสือพิมพ์

ป้ายโฆษณา

เพื่อน /ญาติ

เว็บไซต์ / อินเทอร์เน็ต

อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

9. จำนวนรายการอาหารที่ต้องการเรียนที่ต้องการเรียนในแต่ละครั้ง:

1-2 ชนิด

3-4 ชนิด

5-6 ชนิด

มากกว่า 6 ชนิด

10. ราคาของการเรียนทำอาหารแต่ละครั้งที่คิดว่าเหมาะสม

ต่ำกว่า 500 บาท

500-700 บาท

701-900 บาท

901-1,100 บาท

1,101-1,300 บาท

1,301-1,500 บาท

มากกว่า 1,500 บาท

11. ระยะเวลาของการเรียนทำอาหารแต่ละครั้งที่คิดว่าเหมาะสม

ครึ่งวัน

หนึ่งวัน

2-3 วัน

4-5 วัน

หนึ่งสัปดาห์

มากกว่าหนึ่งสัปดาห์

12. ช่วงเวลาของวันในการเรียนทำอาหารที่คิดว่าเหมาะสม

ก่อน 11.00 น.

11.01 น. - 14.00 น.

14.01-17.00 น.

17.00-19.00 PM

หลัง 19.00 น. เป็นต้นไป

13. จำนวนครั้งในการเรียนทำอาหารในอดีต

ไม่เคย

1-2 ครั้ง

3-4 ครั้ง

5-6 ครั้ง

มากกว่า 6 ครั้ง

14. จำนวนผู้ร่วมเรียนทำอาหารในครั้งนี้

1-2 คน

3-4 คน

5-6 คน

มากกว่า 6 คน

15. รายการอาหารที่ชอบ

ต้มยำกุ้ง

แกงเขียวหวาน

ผัดไทย

ยำสมุนไพรมะ

ส้มตำ

อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

16. เหตุผลในการเรียนทำอาหารไทย : _____

ส่วนที่ 2 : ปัจจัยส่วนประสมการตลาด

17. โปรดทำเครื่องหมายให้คะแนนคุณลักษณะของปัจจัยต่างๆ ในการเลือกโรงเรียนสอนทำอาหารตามระดับความสำคัญ

รายละเอียด	Rate of Importance				
	1	2	3	4	5
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ผลิตภัณฑ์และบริการ					
17.1 ความหลากหลายของรายการอาหารที่สามารถเลือกเรียนได้					
17.2 จำนวนรายการอาหารในการเรียนทำอาหารแต่ละครั้ง					
17.3 เป็นธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารขนาดเล็ก ที่มีรูปแบบการสอนแบบครอบครัว					
17.4 เป็นธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารขนาดปานกลาง – ใหญ่ ที่มีรูปแบบการสอนแบบมืออาชีพ และสมัยใหม่					

รายละเอียด	Rate of Importance				
	1	2	3	4	5
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
17.5 มีสูตรการทำอาหารหลากหลายภาษา					
17.6 ชื่อเสียงของธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหาร					
17.7 มีรายการอาหารเพื่อสุขภาพ					
17.8 มีเครื่องปรุงอาหารต่างๆ บรรจุสำเร็จจำหน่าย					
17.9 มีการสอนทำอาหารหลากหลายภาษา					
17.10 ความคิดสร้างสรรค์ต่างๆ ของธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหาร					
17.11 อื่นๆ (โปรดระบุ) _____					
ราคา					
17.12 ราคาการเรียนเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารอื่นๆ					
17.13 ส่วนลดเมื่อเรียนมากกว่า 1 ครั้ง					
17.14 ราคาการเรียนรวมอยู่กับแพคเกจทัวร์					
17.15 ระบบการชำระเงินของธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหาร					
17.16 อื่นๆ (โปรดระบุ) _____					
ช่องทางการจัดจำหน่าย					
17.17 ธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารตั้งอยู่ในตัวเมืองเชียงใหม่					
17.18 ธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารตั้งอยู่บริเวณนอกตัวเมืองเชียงใหม่					
17.19 ธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารจัดเตรียมรถรับส่งที่สะดวกสบาย					
17.20 สามารถจองผ่านบริษัททัวร์ต่างๆ ได้ (ทั้งภายใน และภายนอกประเทศ)					
17.21 สามารถจองผ่านอินเทอร์เน็ต หรืออีเมลได้					
17.22 อื่นๆ (โปรดระบุ) _____					
การส่งเสริมการตลาด					
17.23 การลงโฆษณาในสื่อท้องถิ่น					

รายละเอียด	Rate of Importance				
	1	2	3	4	5
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
17.24 การลงโฆษณาในสื่ออินเทอร์เน็ต					
17.25 การลงโฆษณาในหนังสือนิตยสารท่องเที่ยว/ หนังสือรายชื้อธุรกิจ					
17.26 ราคาพิเศษเมื่อจองเป็นกลุ่ม					
17.27 ของที่ระลึก หรือของแถมต่างๆ					
17.28 การสอนเสริมต่างๆ เช่น การแกะสลัก เป็นต้น					
17.29 การแจกแผ่นพับตามจุดท่องเที่ยวต่างๆ					
17.30 การได้รับคำแนะนำจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)					
17.31 การเข้าร่วมการสาธิตทำอาหารและเทศกาลอาหารต่างๆ					
17.32 อื่นๆ (โปรดระบุ) _____					
ด้านบุคลากร					
17.33 ความเชี่ยวชาญของผู้สอน					
17.34 ทักษะการสื่อสารของผู้สอน					
17.35 พนักงานเต็มใจให้บริการ และความช่วยเหลือ					
17.36 พนักงานมีความรู้ความสามารถในงาน					
17.37 พนักงานมีอัธยาศัยไมตรีดี					
17.38 พนักงานมีความน่าเชื่อถือ					
17.39 พนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า					
17.40 อื่นๆ (โปรดระบุ) _____					
ด้านลักษณะทางกายภาพ					
17.41 การออกแบบพื้นที่ที่มีความสะดวกสบายในการใช้บริการ					
17.42 อุปกรณ์ต่างๆ ในการเรียน ได้รับการดูแลรักษาอย่างเหมาะสม					
17.43 ป้าย และสัญลักษณ์ของธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารสามารถเห็นได้ชัดเจน					

รายละเอียด	Rate of Importance				
	1	2	3	4	5
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
17.44 ห้องน้ำสะอาด					
17.45 มีระบบการระบายอากาศที่ดี					
17.46 ความสะอาดของพื้นที่					
17.47 การเตรียมพร้อมด้านความปลอดภัย					
17.48 อื่นๆ (โปรดระบุ) _____					
ด้านกระบวนการ					
17.49 ระยะเวลาในการเรียนทำอาหารแต่ละครั้ง					
17.50 ลำดับขั้นตอนของการเรียนแต่ละครั้งมีความเหมาะสม					
17.51 ตารางเวลาการเรียนทำอาหารมีความเหมาะสม					
17.52 เริ่มทำการเรียนการสอนตรงเวลา					
17.53 มีเครื่องดื่มไว้ต้อนรับก่อนการเรียน					
17.54 การติดต่อสอบถามข้อมูล และการจองผ่านทางโทรศัพท์					
17.55 กระบวนการในการให้บริการสะดวกสบาย					
17.56 อื่นๆ (โปรดระบุ) _____					

ส่วนที่ 3 : ข้อเสนอแนะและอื่นๆ

ขอขอบคุณ

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาว รุ่งกานต์ ชัยมงคล	
วัน เดือน ปีเกิด	6 กุมภาพันธ์ 2519	
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2539 สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย การศึกษานอกโรงเรียน จังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2535 สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนราชินีบูรณะ จังหวัดนครปฐม ปี พ.ศ. 2533	
ประสบการณ์การทำงาน	ปี พ.ศ. 2539-2543	เลขานุการ เดอะรีเจนท์ รีสอร์ท เชียงใหม่
	ปี พ.ศ. 2544-2545	เจ้าหน้าที่ประสานงาน Logistics บริษัท แอล ที อี ซี จำกัด
	ปี พ.ศ. 2545-2546	เจ้าหน้าที่ปรึกษาแนะนำ บริษัท บิสซิเนส เนวิเกเตอร์ คอนซัลติง จำกัด
	ปี พ.ศ. 2546-ปัจจุบัน	นักวิจัย สำนักบริการธุรกิจและที่ปรึกษา, สถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย